

INTISARI

Latar belakang penelitian ini yaitu karena sebagian besar perempuan menggunakan produk kecantikan. Pond's merupakan salah satu merek yang menawarkan banyak jenis produk perawatan kecantikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, loyalitas merek, dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk Pond's pada konsumen Hypermart Royal Plaza Surabaya.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen membeli produk Pond's di Hypermart Royal Plaza Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental* sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode regresi linier berganda.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh harga terhadap keputusan pembelian terbukti signifikan dengan arah pengaruh yang negatif. Sedangkan pengaruh variabel loyalitas merek dan lokasi terhadap keputusan pembelian terbukti signifikan dengan arah pengaruh yang positif. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel loyalitas merek yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian karena mempunyai koefisien determinasi parsial paling besar dibanding variabel harga dan lokasi. Hal ini berarti dengan adanya loyalitas merek yang tinggi untuk produk Pond's akan berdampak pada meningkatnya keputusan pembelian.

Kata Kunci : Harga, Loyalitas Merek, Lokasi, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The background of this research is the beauty products which are generally used by most women. Pond's is one of the brands which provides wide range of beauty treatment products. This research is aimed to find out the influence of price, brand loyalty, and place to the purchasing decision of Pond's products to the customers of Hypermart Royal Plaza Surabaya.

The population is all customers who have ever purchased Pond's products at Hypermart Royal Plaza Surabaya. The sample collection technique has been conducted by using accidental sampling and 100 respondents have been selected as samples. The data analysis has been carried out by using multiple linear regressions method.

The result of examination shows that the influence of price to the purchasing decision is proven significant with the negative direction. Meanwhile, the influence of brand loyalty and place to the purchasing decision is proven to be significant with positive direction influence. The result of the examination shows that brand loyalty has dominant influence to the purchasing decision because the partial determination coefficient is the largest when it is compared to the price and place. This is means that high brand loyalty towards Pond's product has impact to the enhancement of the purchasing decision.

Keywords: *Price, brand loyalty, place and purchasing decision.*